

荣耀畅玩 8C 《将军冲不冲》病毒视频营销

广告主：荣耀手机

所属行业：3C 数码

执行时间：2018.09-10

参选类别：视频内容营销类

营销背景

荣耀畅玩 8C 作为荣耀手机于 2018 年 10 月发布的机型，品牌方希望能将荣耀畅玩 8C “4000mAh（毫安）长续航”作为前期主打卖点，重点传播一次打爆，并以其作为转折，将畅玩 C 系列此后定位为主打长续航的产品线。

营销目标

强化产品长续航主打卖点，为畅玩 C 系列奠定长续航符号化的基础。

打破用户对畅玩 C 系列产品的固有印象，以长续航卖点作为切入点，吸引用户对产品的关注，刷新用户对百元至千元档位机型以及品牌的认知。抢占用户心中该档位机型首选的地位。

策略与创意

策略：

畅玩 C 系列机型用户群体大部分为学生、初入社会的年轻群体。基于 C 系列购买人群、用户需求调查分析，了解到该档位价格购机群体对手机的续航极为看重；而竞争激烈的市场中该档位机型大部分为主打拍照和颜值外观，极少有能填补目标用户需求空缺的产品。

通过对这两种维度的目标用户用机情况和使用场景的深入分析，发现他们更注重续航，有电量焦虑症。从用户特点来看，该产品传播时不宜将调性定位过高。因此无论是在明星运用还是创意传播上，都需用更接地气的方式来和用户对话，给用户传达产品卖点。

创意：

同其他竞品相比，荣耀畅玩 8C 有区隔性较明显的主打卖点“4000mAh 长续航”。结合目标用户用机特性、产品研发数据分析以及和卖点关键词的提炼，我们提出【两天一充长续航，怎么用都不慌】的传播主题。最终利用“冲”和“充”的谐音梗，把军队冲锋和手机充电进行创意转移。用前者“冲”的紧张气氛，凸显出后者两天一“充”长续航有电不慌的实力。

详细阐述：通过斥候（白客饰）在紧张的攻城过程中，用多种方式多次试探和询问将军冲不冲，

突出并强化“chong”这一字的概念和两天这个时间线。最后用将军忽然答应“冲”的诙谐反转剧情，带出【充】电这一关键词。把将军有电不慌也不“充”和斥候的慌乱紧张形成鲜明对比，通过符合演员白客个人特点的故事情节，借势《万万没想到》IP 及剧情风格，让用户对荣耀畅玩 8C 两天一充长续航能力形成深刻记忆。

执行过程/媒体表现

一、发布阶段：微博官方阵地矩阵式传播

【官方微博发布链接：<https://weibo.com/3206603957/GDqxExkxx>】



二、明星背书阶段：视频主演白客官方微博@cucn201 白客 承接内容上线该视频

【白客微博发布链接：<https://weibo.com/1252397723/GDqMosiTt?>】

 cucn201白客  

2018-10-11 16:44 来自 荣耀畅玩8C

我是白客，我在古代当了一回斥候，原以为我可以立下军功走上人生巅峰，万万没想到.....戳视频：[📺 荣耀手机的秒拍视频 看我如何跟#荣耀畅玩8C#强大的续航能力斗智斗勇。](#)  [网页链接](#)



 @ 万万没想到

☆ 收藏 | [📄 215573](#) | [💬 21656](#) | [👍 24845](#)

三、持续曝光阶段：联合多个微博大号对视频进行传播

@八卦娱公：<https://weibo.com/2297594122/GDTyKDuet>

 八卦娱公  

2018-10-14 18:00 来自 微博.weibo.com

满脑子都是大锤在问冲不冲。。。这个视频真的有毒🤔！只能说，不是大锤计谋不够，只怪对手坚持的实在太久.....#荣耀畅玩8C#

[📺 荣耀手机的秒拍视频](#)



812万次播放 1:44

☆ 收藏 | [📄 1105](#) | [💬 1256](#) | [👍 1133](#)

@周松 SOSO: <https://weibo.com/1962862235/GDsslbnls>

 **周松SOSO**    

2018-10-11 21:00 来自 微博.weibo.com

按剧情我以为白客会协助将军攻下城池，迎娶白富美走上人生巅峰👑。万万没想到半路竟杀出来个TA阻止了这一切的发展! #荣耀畅玩8C#  荣耀手机的秒拍视频



☆ 收藏 |  1083 |  1183 |  1182

@候鸟娱乐: <https://weibo.com/2391290497/GDB9k5QWN>

 **候鸟娱乐**     

2018-10-12 19:08 来自 微博.weibo.com

还记得《万万没想到》的王大锤吗? 虽然相比往日, 已经帅了不少, 风趣依旧, 可是这次就算是当上了有勇有谋的斥候, 可我并不觉得能够轻松迎接白富美走上人生巅峰。看完视频, 你怎么说! #荣耀畅玩8C#  荣耀手机的秒拍视频



 万万没想到

☆ 收藏 |  753 |  1078 |  1471

@骆驼娱乐: <https://weibo.com/1749749154/GDBa8iZYy>



营销效果与市场反馈

视频全网（微博、秒拍、哔哩哔哩、腾讯、优酷）总播放量 1000 万；

#荣耀畅玩 8C#阅读量 1.3 亿，互动量 74.3 万；

官方微博阅读量 1698 万，粉丝通投放曝光量 752 万，粉丝通互动量 56.9 万，互动率 7.56%；

KOL 总阅读量 1950 万；

@cucn210 白客 演员白客微博互动量 26 万；

广告门上线该视频案例，并作为首页推荐；

知名配音演员宝木中阳（76 万粉丝）主动参与传播。